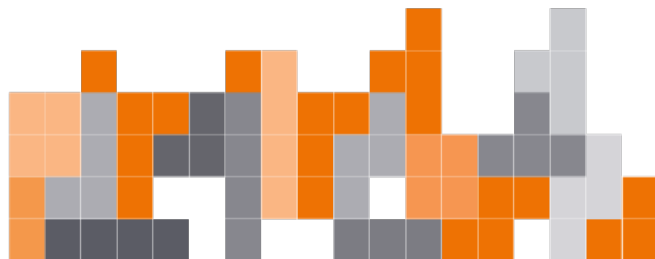


**Fórum Atuarial, Contábil-  
Financeiro e Regulação**

# **Impactos da Comercialização na Sustentabilidade da Cooperativa**



**Gilson de Souza Lima**  
**Diretor Administrativo e Operacional da**  
**Federação das Unimed's do Estado do Rio de**  
**Janeiro**

Especialista em Gestão em Saúde pela FIOCRUZ  
Mestre em Gestão em Saúde pelo Instituto Universitário de  
Lisboa/FGV

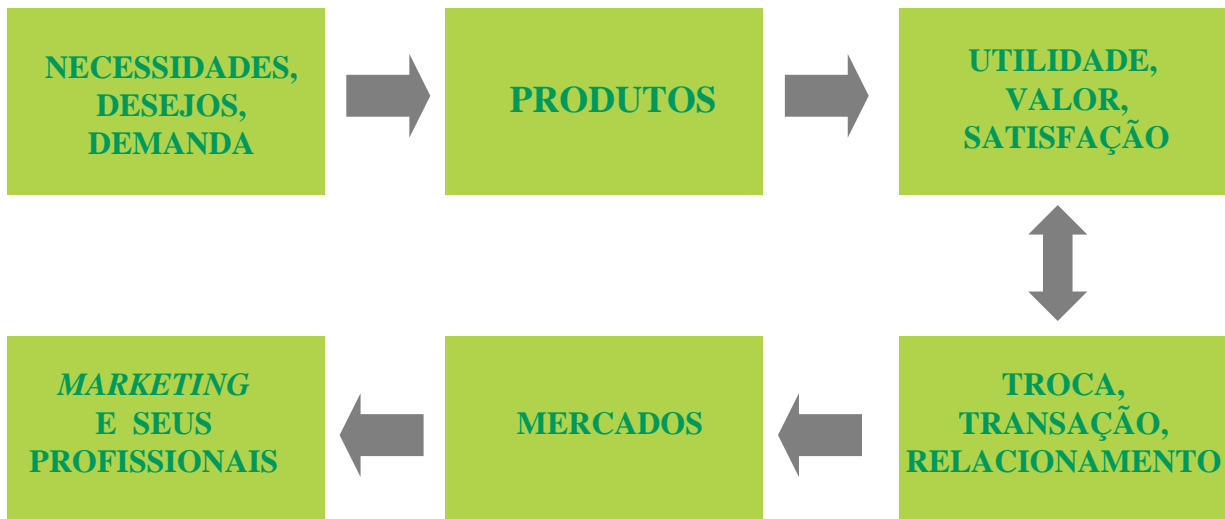


“**MARKETING** é a arte de criar e  
satisfazer clientes com lucro.”

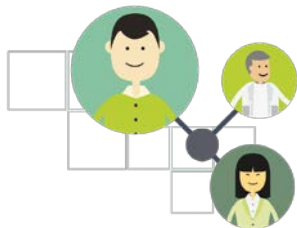
“**MARKETING** é conseguir os bens e serviços  
certos, para as pessoas certas, nos lugares  
certos, no tempo certo, ao preço certo,  
com promoções e comunicações certas.”

# Pirâmide de Maslow





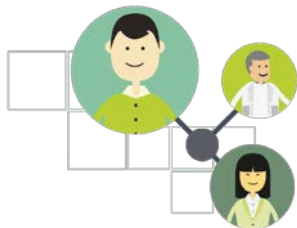
NECESSIDADE	_____	PRIVAÇÃO
DESEJO	_____	VONTADES PARA SATISFAÇÕES ESPECÍFICAS DAS NECESSIDADES MAIS PROFUNDAS
DEMANDA	_____	DESEJOS DE PRODUTOS ESPECÍFICOS APOIADOS NA CAPACIDADE E VONTADE DE COMPRÁ-LOS



# TRANSAÇÃO COMERCIAL

## Transação comercial – Características

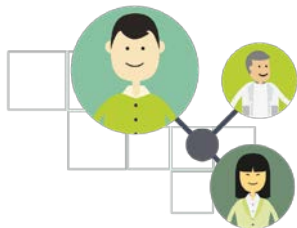
- Tangibilidade
  - Armazenável
  - Escolha consciente
  - Produção em série
  - Homogêneo
- Sem variáveis externas
  - Com apropriação
  - Simetria de opinião
  - Sem seleção adversa
  - Sem Risco Moral



# TRANSAÇÃO COMERCIAL

## Venda de Planos de Saúde – Características

- Intangibilidade
- Não armazenável
- Escolha inconsciente
- Sem produção
- Heterogêneo
- Com variáveis externas
- Sem apropriação
- Assimetria de opinião
- Seleção adversa
- Risco Moral



# TRANSAÇÃO COMERCIAL E VENDA DE PLANOS DE SAÚDE

## Características Importantes

- Assimetria de opinião
- Seleção adversa
- Risco Moral





# Transação Comercial

## Interesses do vendedor

Quantidade

---

Maior comissionamento,  
metas

---

Idoso paga mais

---

Plano sem coparticipação

## Interesses da empresa

Quantidade com  
**qualidade**

---

Comissionamento sem  
metas

---

Jovem dá mais lucro

---

Plano com coparticipação



## Sustentabilidade – Conciliando interesses

- Quantidade X Quantidade com qualidade -  
**Conscientizando o vendedor**
- Maior comissionamento, metas X  
Comissionamento justo –  
**Sem metas, participação nos resultados**



# Sustentabilidade – Conciliando interesses

- Idoso paga mais X Jovem dá mais lucro

**Comissionamento fixo independente da faixa etária**

- Plano sem coparticipação X Plano com coparticipação

**Comissionamento maior do plano com  
coparticipação**

# Agradecimento.

